



D<sup>3</sup> Online-Kongress zur digitalen Demokratie

## **Digitale Beteiligung - für alle?**

Best Practice einer partizipativen  
Quartiersgestaltung

# Wer wir sind



**Bettina Walther**

M.A. Empirische Politik- und Sozialforschung, B.A. Soziologie

→ Partizipation,  
Moderation und  
Mediation



walther@gruppef.com



**Theresia Titzmann**

M.Sc. Urbanistik,  
B.Sc. Geographie

→ Partizipation,  
Konzepte und  
Grafiken



titzmann@gruppef.com



**Helen Stramm**

B.Sc. Ökologie und  
Umweltplanung

→ Partizipation,  
Landschaftsplanung



stramm@gruppef.com

# Wer wir sind



gruppe F | Freiraum für alle GmbH

Interdisziplinäres Team aus den Bereichen Landschaftsplanung, Stadtplanung, Landschaftsarchitektur, Gartenbau, Geoökologie und Soziologie mit 59 Mitarbeitenden und Sitz in Berlin



gruppef.com

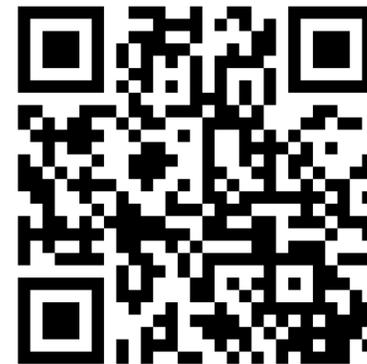


gruppe\_f

# Check-in mit Mentimeter



- a.** Am Smartphone/Tablet: [menti.com](https://menti.com) in den Internet-Browser eintippen oder den QR-Code scannen, Code eintippen: **7621 1069**



- b.** Am Computer: Link im Chat anklicken



**Erfolgreiche Beteiligung  
muss allen Interessierten offen-  
stehen und die Bedürfnisse aller  
Zielgruppen berücksichtigen.**

**Kann digitale Beteiligung das  
leisten?**

Wer sind denn überhaupt „alle“ und wer gehört in der (digitalen) Beteiligung zu den schwer erreichbaren Gruppen?

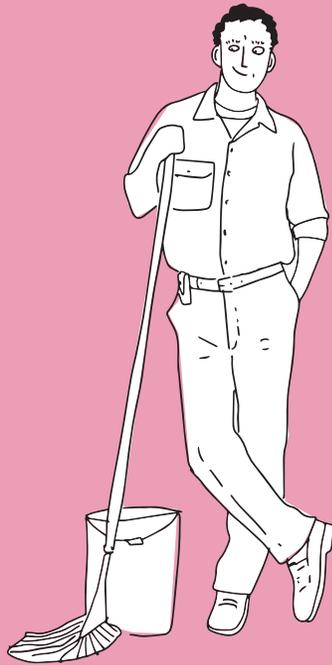


***Bestimmte gesellschaftliche Gruppen  
beteiligen sich mehr als andere und  
haben daher auch mehr Einfluss auf die  
Ergebnisse eines Beteiligungsverfahrens  
(vgl. Kersting et al., 2008, S. 42, Kuder & Ritzi, 2013).***

Kinder und Jugendliche?



Personen mit niedrigem Bildungs- und Einkommensniveau?



Personen, die im Schichtdienst arbeiten?



Personen mit internationaler Familiengeschichte?



Eltern mit Kleinkind?



Alleinerziehende?



Personen mit körperlichen Einschränkungen?

Senior:innen?



FLINTA\*  
Personen?

# Quartierskonzeption Gräselberg

## Ort:

Gräselberg, Wiesbaden

## Zielstellung:

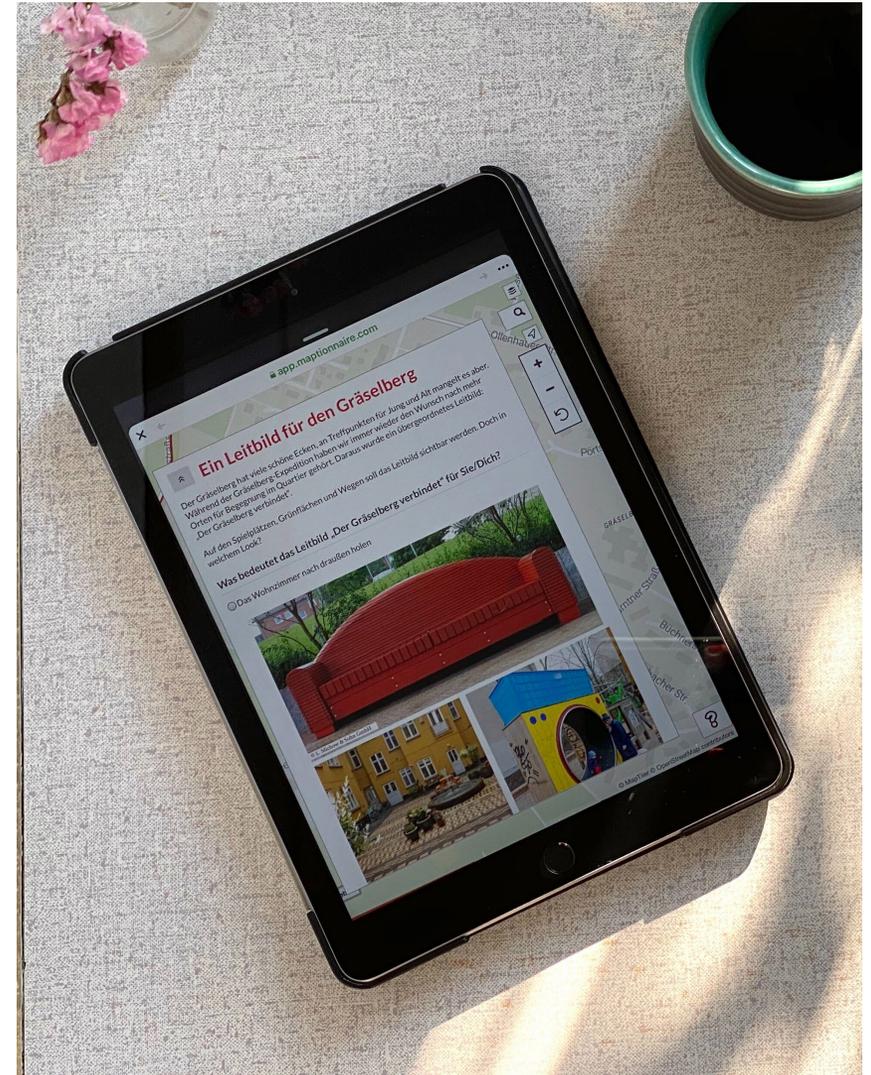
Aufwertung des öffentlichen Raums und Schaffung neuer Begegnungsorte unter Beteiligung der Bürger:innen

## Zielgruppen:

Anwohnende, Schüler:innen, Vereinssportler:innen, Besuchende des Freibads

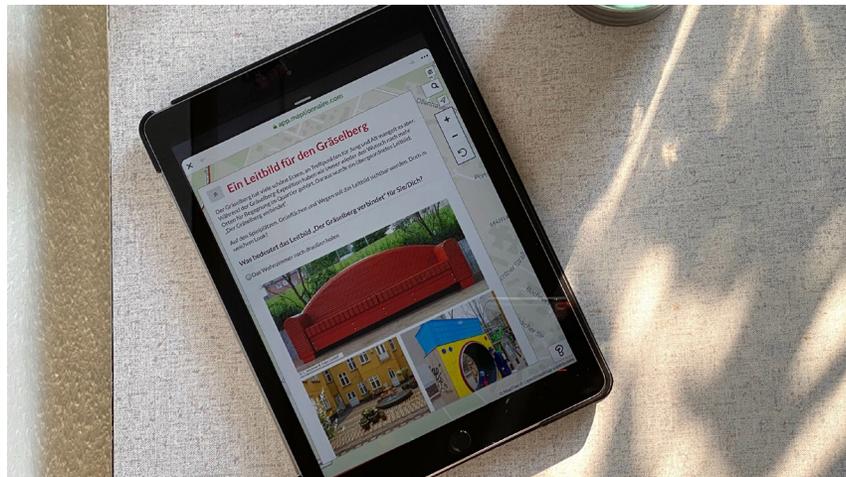
## Formate:

Vor-Ort-Büro mit Reallabor, Mental Mapping, Lego Serious Play, Spaziergängen, uvm.;  
Online-Mapping



# Online-Mapping

- Laufzeit: 2 Monate
- Tool: Maptionnaire
- Kartenbasierte Umfrage mit verschiedenen Fragentypen (nicht alle kartenbasiert)
- Öffentlichkeitsarbeit analog und digital



Welche Farben wünscht ihr euch für den Gräselberg?



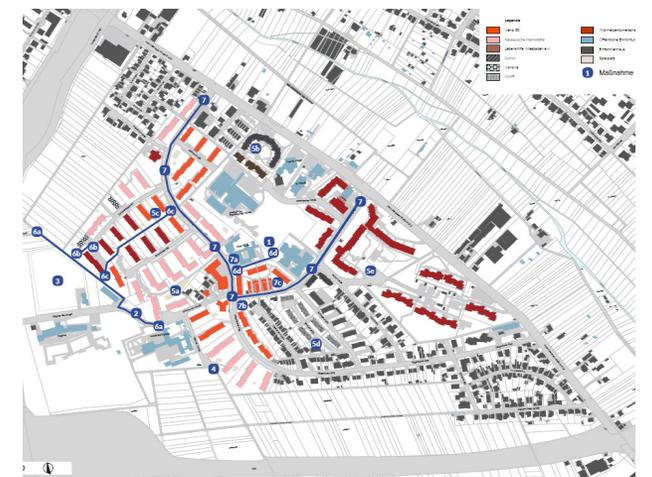
Widerspiegelung der vielfältigen Kulturen auf dem Gräselberg



Was bedeutet das Leitbild „der Gräselberg verbindet“ für euch?

DRINNEN NACH DRAUSSEN HOLEN

Das Wohnzimmer im Außenraum



# Das ist uns beim Online-Mapping wichtig

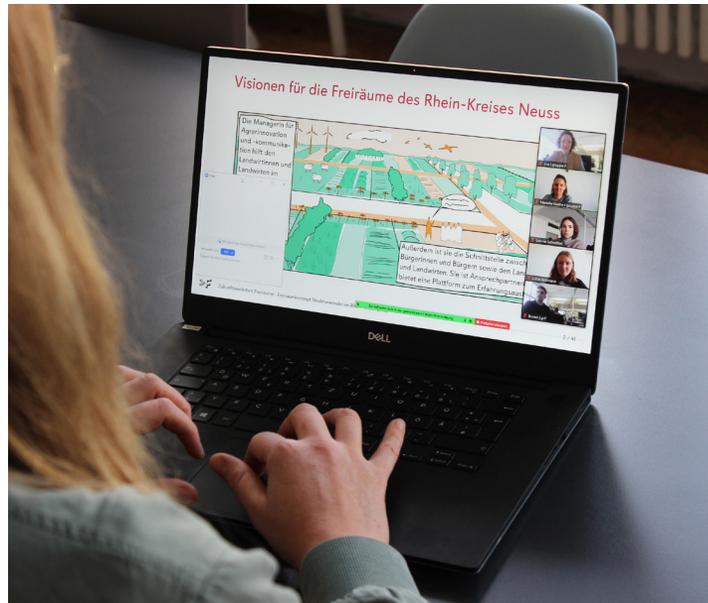
- Tool ohne Registrierung/Anmeldung für niedrighschwelligen Zugang
- Mitmachen im Browser ohne Download einer App o.ä.
- Einfache Bedienbarkeit ohne lange Erklärtexpte
- Responsive Design, das auf PC und Smartphone/Tablet gleichermaßen funktioniert
- Einfache Sprache
- Einbauen von Bildern, Grafiken und Visualisierungen
- Keine Bewertung von Ideen anderer Teilnehmender - Wertschätzung aller Ideen
- Kartenbezogene Fragen für themenbezogene Antworten
- Kontakt für Rückfragen/Support
- Mischung aus verschiedenen Mitmachmöglichkeiten/Fragentypen
- Verzicht auf Diskussionsforen, die schnell unsachlich werden

# Zwischenfazit 2020

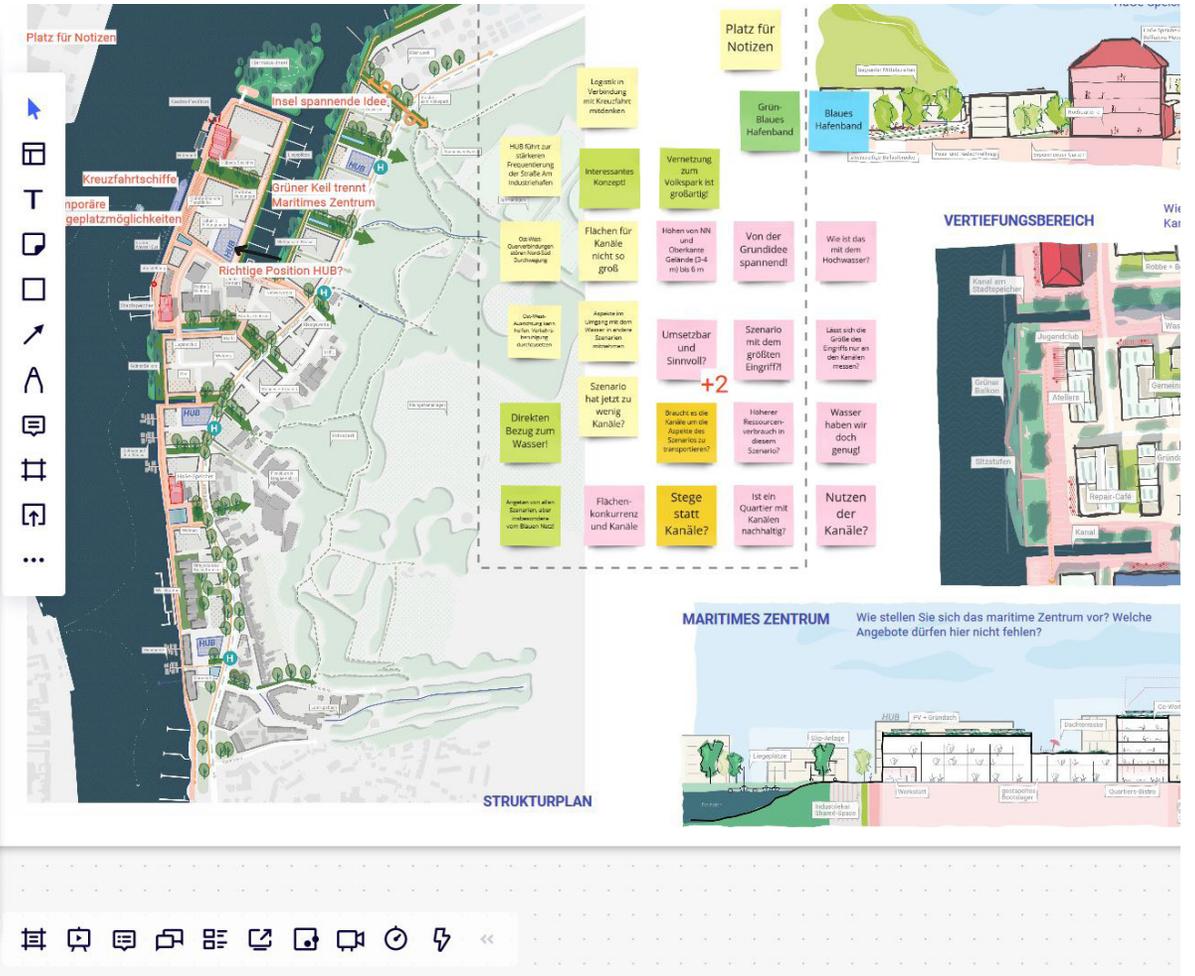


- Wir haben vor allem junge Erwachsene erreicht, kaum Kinder und Jugendliche, wenige Senior:innen.
- Menschen mit Migrationshintergrund waren kaum vertreten.
- Uns fehlte die Möglichkeit, bei Unklarheiten nachzufragen.
- Die Hinweise kratzten oft nur an der Oberfläche, im direkten Austausch befruchteten sich Ideen gegenseitig.
- Online-Mappings sind toll für die Phase 1 (Bestandsaufnahme, Sammlung von Bedarfen und Ideen), nicht so toll für die Vertiefung von Ideen.

# Was wir seitdem erprobt haben:



Online-Werkstätten mit Kleingruppen & Arbeit an Miro-Boards



# Was wir seitdem erprobt haben:



Hybride Werkstätten mit Streaming





# Learnings

In digitalen dialog-orientierten Formaten ist es schwer, alle zu Wort kommen zu lassen.

Vor allem ältere Menschen haben über die Coronazeit hinweg technisches Know-how erlangt und sind fit für digitale Beteiligung.

Viele Jugendliche haben keine Mailadresse, aber ein Smartphone.

Digitale Whiteboards wie Miro haben ihre Tücken. Wer die Arbeit damit nicht gewohnt ist, steigt aus.

Über Online-Mappings können wir gut kollektive Bestandsanalysen erstellen und schnell viele Ideen sammeln.

Mentimeter eignet sich für analoge, hybride und digitale Veranstaltungen.

**Ein Hoch auf den  
Methodenmix!**



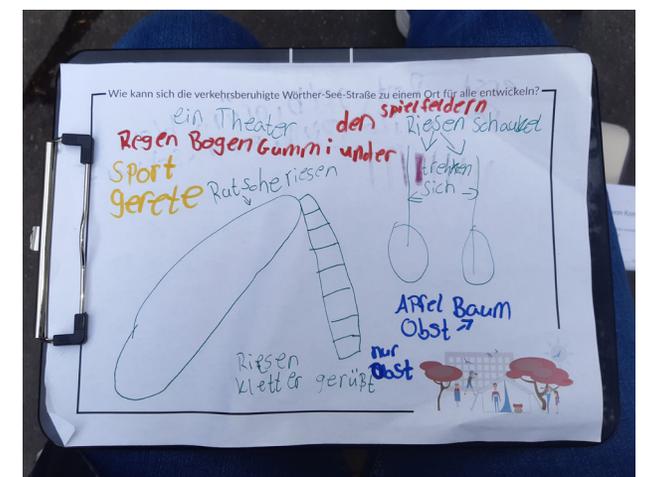
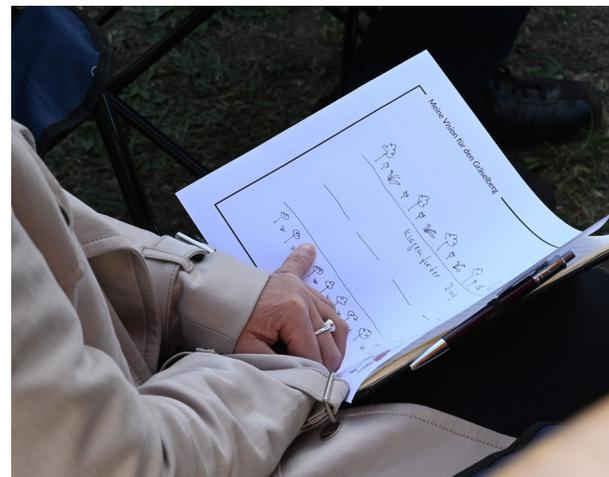
Mit keinem dieser Tools erreichen wir „alle“.  
Manche Zielgruppen, die wir bei analogen Formaten nicht erreichen, können wir für digitale Formate gewinnen.  
Andere, die sich analog beteiligen, verlieren wir im digitalen Raum.

# Analoge Methoden

- Mental Mapping
- Lego Serious Play
- Fadenmodell

# Mental Mapping

- Skizzieren von individuellen Gedankenkarten eines Ortes (Ist-Zustand mit den für die Teilnehmenden wichtigen Elementen des Ortes oder einer Vision)
- Vorstellung im Plenum sorgt für gegenseitiges Verständnis



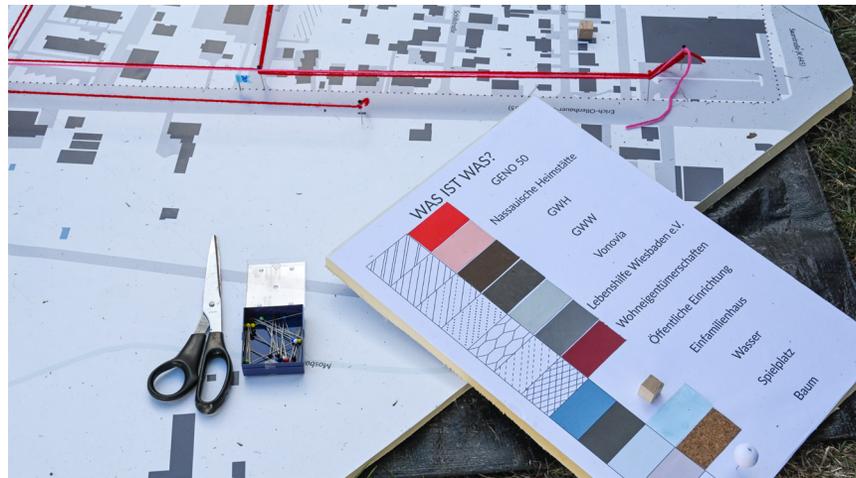
# Lego Serious Play

- Kreativmethode zur Generierung von Visionen in Kleingruppen
- Lego kann jede:r
- Wechsel des Mediums gleicht kommunikatives Machtgefälle zwischen Teilnehmenden aus
- Etwas in der Hand haben hilft



# Fadenmodell

- Analoges Mapping von Alltagswegen, Barrieren, Problemen, Lieblingsorten o.ä. mit farbigen Wollfäden
- Durchführung im Kontext aufsuchender Beteiligung
- Grundlage muss Orientierung bieten
- Begleitung durch Gespräch



**Gibt es noch Fragen?**

# Erfahrungsaustausch in den Breakout Rooms

Was nehmt ihr aus dieser Session mit?

Wie kann Online-Beteiligung inklusiv(er) gestaltet werden?

Was sind eure Erfahrungen mit digitaler Beteiligung?

Was sind eure digitalen Lieblings-Beteiligungstools und -Formate?



## **Danke für eure Teilnahme!**

Postet zum Check-out drei Emojis in den Chat, die eure Eindrücke und Stimmung zum Ende der Session beschreiben.